

questions  
de communication

## Questions de communication

15 | 2009

Pathologies sociales de la communication

---

# Le journalisme au prisme du genre : une problématique féconde

*Journalism in the Sight of Gender. A Fertile Way of Questioning*

Béatrice Damian-Gaillard, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/544>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.544

ISSN : 2259-8901

### Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2009

Pagination : 175-201

ISBN : 978-2-86480-989-0

ISSN : 1633-5961

### Référence électronique

Béatrice Damian-Gaillard, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta, « Le journalisme au prisme du genre : une problématique féconde », *Questions de communication* [En ligne], 15 | 2009, mis en ligne le 01 août 2011, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/544> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.544

---

Tous droits réservés

## > ÉCHANGES

BÉATRICE DAMIAN-GAILLARD

Centre de recherche sur l'action politique en Europe

Université Rennes1-IUT de Lannion

beatrice.damian@univ-rennes1.fr

CÉGOLÈNE FRISQUE

Centre de recherche sur l'action politique en Europe

Centre nantais de sociologie

Université de Nantes-IUT de La Roche-sur-Yon

cegolene.frisque@univ-nantes.fr

EUGÉNIE SAITTA

Centre de recherche sur l'action politique en Europe

Université de Poitiers

eugeniesaitta@yahoo.fr

### LE JOURNALISME AU PRISME DU GENRE : UNE PROBLÉMATIQUE FÉCONDE

**Résumé.** — L'interrogation de la dimension genrée du journalisme permet d'éclairer de nombreuses facettes de la profession et du travail journalistique. Pour cela, le questionnement des catégories de genre et des rapports de sexe doit être articulé aux autres dimensions de l'analyse de l'espace médiatique. Il s'agit d'abord d'étudier la féminisation de la profession pour en éclairer les dynamiques et les relier aux autres évolutions du journalisme, des médias et des industries culturelles. La réflexion porte ensuite sur la contribution des rapports de genre à l'organisation des entreprises de presse, à la distribution du pouvoir et au fonctionnement des dispositifs managériaux. L'article s'attache enfin à examiner l'existence de modes de traitement genrés de l'information, pour souligner leur diversité et dégager les rapports différenciés au genre et aux conventions professionnelles qu'ils engagent.

**Mots clés.** — Journalism, évolutions des médias, fonctionnement des rédactions, traitement de l'information, genre, place des femmes.

Cette contribution se propose d'élargir le champ des recherches analysées par Marlène Coulomb Gully (2009) et de conduire un questionnement transversal sur le genre. En effet, nous ne nous limitons pas aux travaux portant explicitement sur le genre et les sciences de l'information et de la communication, mais restituons les apports des diverses recherches sur le journalisme et la production de l'information selon un questionnement centré sur leur fonctionnement genré. Ainsi les recherches analysant de manière plus globale le métier de journaliste ou les évolutions des médias sont-elles mobilisées. Elles permettent de dégager les données sexuées qu'ils fournissent et les analyses genrées qu'ils proposent, en prolongeant, le cas échéant, leur réflexion pour l'articuler à la problématique. Le choix est de ne pas de considérer la problématique du genre comme isolée et/ou comme un objet de recherche séparé et autonome par rapport aux autres disciplines concernées<sup>1</sup>. En revanche, il consiste à engager un questionnement transversal, destiné à éclairer l'ensemble des pratiques et représentations professionnelles, des évolutions du journalisme et du fonctionnement des organisations de presse et du champ médiatique. Enfin, au-delà de l'affirmation de la nécessité de l'ouverture à « la pensée du genre » ou d'une réflexion sur « la spécificité de genre », il s'agit pour nous de cerner les constructions donnant des contenus historiquement et socialement situés aux catégories de genre, dans toute leur diversité, selon les époques, les sociétés mais aussi selon les individus, et leur rapport au genre.

Ici, nous nous proposons de démontrer la pertinence de ce postulat en nous intéressant à la question de la féminisation du journalisme. Appréhender les dynamiques, enjeux et effets de ce processus, permet d'étudier, d'un côté et de manière transversale, le métier de journaliste, l'espace médiatique et leurs évolutions, de l'autre, la construction des catégories de genre. On ne peut séparer cette féminisation de la profession journalistique de l'étude du journalisme et de ses évolutions. La perspective genrée devient un prisme qui permet d'éclairer l'ensemble des pratiques et représentations professionnelles, des rapports sociaux et du fonctionnement du champ journalistique, et, plus largement, médiatique. L'ambition de la première partie est d'interroger la féminisation du métier de journaliste, ses modalités et mécanismes, au regard de l'ensemble des transformations morphologiques du journalisme. La deuxième entend analyser les mécanismes organisationnels qui aboutissent à des formes de ségrégation sexuée horizontale et verticale à l'intérieur des rédactions et éclairer plus largement le fonctionnement des entreprises de presse

---

<sup>1</sup> Les recherches sur le journalisme et la presse relèvent tant des sciences de l'information et de la communication en tant que telles que de la sociologie, de la science politique, des sciences du langage, de l'histoire...

les rapports de pouvoir qui s'y jouent. La troisième vise à mettre en évidence, à travers le développement de rubriques et thématiques construites comme féminines, la diversité des usages du « féminin » et les ambivalences de la mobilisation des identités sexuelles.

## Place croissante des femmes, transformations du journalisme et des médias

Comment affiner l'analyse de la place des femmes et des hommes dans les médias ? En effet, la féminisation générale de la profession s'accompagne de multiples disparités, tant au niveau des types de médias que des fonctions exercées, des responsabilités ou des salaires. Quels sont les mécanismes qui aboutissent au maintien de ces écarts sexuels ? Comment articuler ce processus de féminisation aux autres transformations morphologiques de la profession ? Quels liens établir entre féminisation du journalisme et évolutions des industries culturelles, soumises à une emprise commerciale et financière croissante ? De nombreux éléments d'analyse peuvent être tirés des travaux disponibles sur ces questions, mais les liens entre ces phénomènes et leur mise en perspective théorique n'ont pas encore été établis et méritent d'être approfondis. Ainsi les sociographies de la profession de journaliste (IFP, 2001 ; CRAP, 2001) comportent-elles des informations précises sur la place des femmes et les écarts sexuels. Peu analysées en tant que telles, celles-ci constituent des éclairages successifs sur la situation générale des journalistes. Elles doivent donc être mises en relation, ceci afin de saisir dans le détail les multiples dimensions de la répartition des hommes et des femmes dans les médias et repérer les formes de minoration et d'affectation genrées.

Après cette analyse de la féminisation du journalisme, de ses modalités et de ses limites – qui reste à poursuivre –, il convient de relier ce phénomène aux autres évolutions de la profession. Or, les travaux disponibles tendent généralement, soit à se centrer sur la dimension de genre – notamment les quelques ouvrages écrits par des professionnel(le-s) militant pour promouvoir les femmes dans les médias (Serdjénian, 1997 ; Barré, 2000) –, soit à présenter un panorama global des transformations du journalisme, dans lequel la féminisation occupe une place limitée et n'est pas mise en relation avec les autres caractéristiques et évolutions de la profession (Rieffel, 1984 ; Charon, 1993). Nous mettrons donc en lumière les liens entre féminisation du journalisme et expansion numérique et diversification des conditions de travail, élévation du niveau de diplôme, précarisation des statuts... Ensuite, nous réinscrirons ces éléments dans les évolutions plus globales des médias et des industries culturelles, en particulier les processus d'industrialisation et de marchandisation de

l'information et la culture (Flichy, 1980 ; Miège, 1989, 1997 ; Tremblay, 1990). Enfin, l'objectif sera de dégager les mécanismes explicatifs de la féminisation du journalisme, en évaluant la pertinence de l'hypothèse d'une entrée des femmes « par le bas », par ses secteurs dominés, parallèle à la dévaluation de la profession, comme cela s'est produit pour la magistrature (Cacouault-Bitaud, 2001), et en explorant les autres facteurs envisageables.

## Féminisation et transformations de la profession de journaliste

Les derniers travaux sur la profession de journaliste, menés à travers de grandes enquêtes sur les titulaires de la carte d'identité des journalistes professionnels, se sont attachés à analyser la place des femmes, en croisant la variable sexe avec l'ensemble des variables étudiées<sup>2</sup>. Cependant, au-delà des constats que l'on peut en tirer – et que l'on tentera ici de sérier –, il conviendrait d'articuler à un niveau plus général la féminisation de la profession avec les autres grandes évolutions du journalisme, d'évaluer leur corrélation, d'apprécier l'indépendance de chaque phénomène ou, au contraire, la contribution de l'un à l'autre.

En 2000, une recherche (IFF) portant sur les journalistes français s'est appuyée sur une enquête conduite auprès de l'ensemble des titulaires de la carte de presse en 1999. Celle-ci montrait que les femmes représentaient 39 % des journalistes, avec un âge moyen de 40 ans, contre 43 ans pour les hommes, traduisant à la fois une proportion importante de jeunes entrantes, mais aussi une éviction plus fréquente des femmes au cours de leur carrière. L'ouvrage montrait également la surreprésentation des femmes chez les pigistes (45 % de femmes), les demandeurs d'emploi, les secrétaires de rédaction et, dans une moindre mesure, les reporters-rédacteurs (respectivement 59 % et 44 % de femmes, contre 25 % pour les grands reporters, 15 % pour les journalistes reporters d'images JRI et 11 % pour les reporters photographes - IFF, 2001 : 46-48). Par ailleurs, les femmes journalistes sont moins souvent cadres que leurs homologues masculins – 25 % contre 38 % – et, *a fortiori*, responsables dirigeants (6,3 % des femmes contre 12,9 % des hommes sont directeurs ou rédacteurs en chef). En ce qui concerne la répartition par média, on souligne que les femmes sont majoritaires dans la presse périodique ou non quotidienne (presse spécialisée grand public ou spécialisée, technique et professionnelle, avec 52 % de femmes, presse institutionnelle, 45 %), mais minoritaires dans

---

<sup>2</sup> Sur la prise en compte de cette variable dans les enquêtes sociodémographiques sur la profession, voir C. Gimbert (2008).

la PQR, la télévision régionale et les agences photographiques (74 à 72 % d'hommes - IFP, 2001 : 56-57). Enfin, il est indiqué que les salaires des femmes sont inférieurs à ceux des hommes, le revenu médian des unes étant de 15 000 francs environ contre 18 250 francs pour les autres. Cependant, pour chaque variable, les auteurs soulignent les facteurs susceptibles d'expliquer ces écarts sexuels. L'âge moyen plus jeune des femmes, leur plus faible ancienneté, la part plus importante des temps partiels etc., tendant ainsi à naturaliser les écarts et inégalités de genre.

Dans un autre ouvrage (CRAP, 2001), spécifiquement consacré aux nouveaux entrants dans la profession qui ont obtenu pour la première fois leur carte de presse en 1990 et 1998, les différentes variables, et prioritairement le sexe, sont quasi systématiquement croisées entre elles, et la féminisation de la profession est la première tendance signalée en introduction. Elle est corrélée à l'élévation du niveau de diplôme, les nouvelles entrantes étant en moyenne plus diplômées que leurs homologues masculins, avec un niveau d'études moyen en 1998 de Bac + 3,31 contre Bac + 2,53 et par exemple 70 % de Bac + 3 contre 52%<sup>3</sup>. En ce qui concerne les spécialisations liées aux fonctions occupées, les résultats par sexe sont conformes aux tendances générales observées pour l'ensemble de la profession. Pour la répartition par types de médias, les résultats sont généralement convergents, mais on peut constater, sans que cela soit explicitement relevé par les auteurs, que certaines inversions se produisent actuellement (*ibid.* : 26). Ainsi la presse quotidienne régionale et les télévisions régionales – qui étaient très majoritairement masculines – sont-elles des lieux de recrutement importants pour les jeunes entrantes, la part des femmes parmi les nouveaux recrutés appartenant à ces médias étant de 46 % pour la presse quotidienne régionale (PQR) – contre 26 % sur l'ensemble de la profession – et de 68 % pour les TV régionales (contre 27 %), ainsi que 41 % pour la télévision nationale (contre 30 %). En revanche, la presse institutionnelle ne recrute que peu de jeunes femmes, bien qu'elle soit globalement assez féminisée (29 % de jeunes entrantes, contre 45 % de femmes dans l'ensemble de la profession). Cela tendrait donc à redessiner le paysage des spécialisations sexuées par type de médias, et laisse présager une féminisation progressive des premiers médias cités, ce qui conduirait à s'interroger sur les explications, non nécessairement univoques, de la féminisation de certains secteurs. Par ailleurs, paradoxalement, il s'avère que les jeunes entrantes sont proportionnellement moins souvent pigistes que leurs homologues masculins, contrairement au constat qui prévaut pour l'ensemble de la profession : parmi les nouveaux titulaires de la carte, 29,7 % des femmes et 32,6 % des hommes sont pigistes (*ibid.* : 53), alors

---

<sup>3</sup> Cependant, la fréquence du passage par les écoles de journalisme agréées, croisée avec d'autres critères, n'est pas étudiée pour les hommes et pour les femmes.

que parmi l'ensemble des journalistes, 20,6 % des femmes et 16,1 % des hommes le sont (*ibid.* : 42). Les auteurs repèrent ce paradoxe et signalent que les jeunes femmes sont plus souvent concernées par la précarité et l'instabilité des débuts de carrière, mais cela ne suffit pas expliquer le phénomène. Au contraire, cela tend à montrer que la précarité des statuts constituerait une situation durable voire structurelle pour une part importante des femmes journalistes, alors qu'il s'agirait d'une situation plus transitoire, permettant plus souvent l'intégration dans la profession, pour les hommes. C'est probablement dans la répartition par type de médias qu'il convient de rechercher l'explication, les femmes étant souvent concentrées dans des secteurs où l'activité de pigiste est généralisée – même si l'on ne dispose pas d'un tableau croisant ces trois variables. Une autre explication pourrait être la persistance de formes d'entrée « sur le tas », chez des jeunes hommes ayant un niveau de diplôme peu élevé. Une caractéristique induisant une précarité plus importante au départ, alors que ce mode de recrutement serait plus rare chez les jeunes femmes, plus diplômées. Enfin, en ce qui concerne les revenus, ici aussi, les écarts à l'entrée dans la profession sont faibles voire nuls, avec un salaire mensuel brut moyen de 10 722 F pour les femmes et de 10 757 F pour les hommes, le spectre des revenus masculins étant plus étalé que celui des femmes<sup>4</sup>. C'est donc par la suite, dans les déroulements de carrières différenciés des hommes et des femmes, que se joue pour l'essentiel la reproduction de spécialisations sexuées, de formes de ségrégation horizontales et verticales.

Si l'on peut tirer ces différents enseignements et questionnements de la lecture des ouvrages sur la profession de journaliste et ses évolutions, une mise en perspective au prisme du genre n'a pas encore été pleinement effectuée et systématisée, et l'articulation entre les différentes évolutions morphologiques de la profession est à poursuivre. Ainsi les formes et enjeux de la professionnalisation du métier de journaliste demeurent-ils à réinterroger<sup>5</sup>, en précisant la périodisation (sous des formes différentes selon les époques, depuis l'invention du journalisme au XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'à l'intensification de type industriel actuelle), ses modalités et ses enjeux, liés notamment à l'élévation du niveau de diplôme et aux transformations du fonctionnement des entreprises de presse, et enfin, en étudiant sa dimension sexuée. Ainsi les femmes, notamment jeunes et surdiplômées, ont-elles souvent été les vecteurs de cette transformation<sup>6</sup>. Se pose alors la question de savoir « ce que cela change », et dans quelle mesure

<sup>4</sup> D'ailleurs, la part plus importante de jeunes hommes ayant des revenus faibles confirmerait l'hypothèse précédente.

<sup>5</sup> Cette question étant récurrente et fondatrice dans l'histoire de la profession (Ruellan, 1993).

<sup>6</sup> De la même manière qu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, des femmes comme M. Durand et les rédactrices de la Fronde, s'étaient revendiquées d'une nouvelle forme de professionnalisme (Lévêque, 2008).

les pratiques et les conventions journalistiques, ainsi que les rapports de sexe en sont transformés ou non. De même, l'analyse des relations entre féminisation de la profession et élévation du niveau de diplôme, diversification des supports, des activités et des conditions de travail, précarisation des statuts<sup>7</sup>, dévaluation et perte d'autonomie dans l'exercice du métier, doit être approfondie, en croisant les différentes variables pour repérer à la fois les effets propres de chacune et les corrélations entre elles, sans isoler la variable genre par rapport aux autres, ni à l'inverse la réduire ou la diluer.

Enfin, les évolutions morphologiques de la profession et sa féminisation méritent d'être mises en relation avec des phénomènes sociaux plus larges, car le champ journalistique est travaillé par des logiques englobantes, même s'il dispose d'une autonomie relative – cependant plutôt en recul. Il serait ainsi intéressant d'approfondir les liens entre la féminisation du journalisme et les évolutions de la place des femmes sur le marché du travail et dans l'espace public, ou encore les évolutions du marché des médias et des conditions de production de l'information, ou enfin le contexte économique et social plus large et l'évolution des rapports de force sociaux et des méthodes de management au sein des organisations en général.

## Féminisation et mutations des industries culturelles

Comprendre les processus de féminisation de la profession nécessiterait également de les inscrire dans les évolutions socio-économiques en cours des industries culturelles. Or, si de nombreux travaux existent en France sur l'analyse des processus économiques à l'œuvre dans le champ médiatique, et si certains s'intéressent à leurs incidences éventuelles sur les conditions de la production d'information, aucun n'articule véritablement ces questions avec celle du genre.

Dès la fin des années 70 (Huet *et al.*, 1984), au sein des sciences de l'information et de la communication, des chercheurs ont commencé à élaborer une théorie des industries culturelles. Selon une perspective relevant de l'économie politique de la communication, ils ont analysé les relations entre industries culturelles et capitalisme, ont tenté d'appréhender leur participation à l'ordre politique et marchand. Leurs

---

<sup>7</sup> Sur l'extension de la précarité dans la profession, ses ressorts et ses effets sur le travail et l'identité des journalistes, voir le désormais classique Accardo *et al.* (1998). Les formes et l'ampleur différenciées de cette précarité selon les secteurs en lien avec leur féminisation, demeurent à étudier.



travaux ont permis de caractériser les industries culturelles selon leurs logiques socio-économiques, en se centrant sur la compréhension des modes d'industrialisation et de marchandisation de l'information et la culture (Flichy, 1980 ; Miège, 1989, 1997 ; Tremblay, 1990). Aujourd'hui encore, cette approche inspire des travaux de recherche. Ces derniers portent sur les processus de concentration et les stratégies des acteurs économiques – leurs alliances, leurs conflits – ; les processus de concentration et les logiques de financiarisation des grands groupes de communication (Bouquillion, 2005 ; Pradié, 2005), en lien ou non avec la question de la diversité des produits proposés à la consommation (Lacroix *et al.*, 1994 ; Lacroix, Tremblay, 1995). Certaines de ces recherches ont permis d'évaluer les effets structurants de ces processus sur la production de la culture. Ainsi, pour ces auteurs, les stratégies développées par les grands groupes de communication influent-elles sur la structuration du champ médiatique, de ses secteurs, des modes d'industrialisation de la production de produits, articulés à des processus de consommation.

Toutefois, l'ensemble de ces travaux se situe à un niveau macro de l'analyse des logiques socio-économiques à l'œuvre dans le secteur des industries culturelles. Peu de recherches analysent les incidences de ces logiques sur la production culturelle elle-même, et les rares qui tentent de le faire en France, ne s'intéressent pas à la question du genre. Des chercheurs (Charon, 1999 ; Sonnac, 2001 ; Rebillard, 2007) s'attachent à définir les modes d'organisation industrielle de presse écrite, différenciant celui de la presse quotidienne et celui de la presse magazine. Le premier se caractérise par l'internalisation, dans les entreprises de presse, des activités de production (du recueil de l'information à sa commercialisation et sa distribution), alors que le second se définit par l'externalisation de la plupart de ses activités, y compris des activités rédactionnelles, se concentrant sur les activités d'assemblage et de mise en forme des contenus (*editing*). S'ils rappellent que la presse magazine est celle qui mobilise le plus de pigistes ou que la presse quotidienne locale « emploie » de nombreux correspondants de presse, leur approche ne s'articule pas avec celle de la professionnalisation du métier, ses transformations morphologiques et sa féminisation. Or, les journalistes pigistes femmes sont plus nombreuses que les pigistes masculins. À partir de là, on peut supposer qu'elles sont plus souvent affiliées, par leur contrat de travail, à des entreprises qui développent des « modes d'organisation industriels externalisés ». Ce qui n'est pas sans incidence sur les conditions de production de l'information auxquelles elles sont confrontées : « journalisme de commande », remboursement moindre des frais réels... et sur les informations produites du fait d'une subordination accrue aux exigences des responsables éditoriaux. On peut transposer ces interrogations sur la situation des correspondants en presse locale. Quelle est la proportion de femmes dans cette main d'œuvre dont le statut de travailleur indépendant suppose qu'il exerce

une activité professionnelle principale en parallèle ? En sachant, par ailleurs, que les femmes sont davantage confrontées que les hommes aux temps partiels.

## Les modèles explicatifs de la dynamique de la féminisation

Au regard des données générales apportées jusque-là sur la féminisation de la profession journalistique et ses logiques sectorielles, il convient de s'interroger sur les modèles explicatifs de ce processus. Une hypothèse souvent évoquée pour expliquer la féminisation d'une profession est celle de son déclassement. Dans le cas de la magistrature par exemple, une dégradation des conditions matérielles des magistrats et une transformation du mode de formation et de recrutement à la fin des années 50 favorisent l'entrée des femmes : l'accès la magistrature n'étant plus du seul domaine des « héritiers », mais s'ouvrant aux personnes moins dotées en capital social et promues par l'école et les diplômes (Cacouault-Bitaut, 2001). Dans un contexte de banalisation du travail de magistrat<sup>8</sup>, une nouvelle division du travail s'effectue où les hommes se réservent des tâches plus gratifiantes et moins exposées telles que les mises en accusation des membres de l'élite économique et politique. Toutefois, les magistrates s'illustrent dans les affaires sensibles, *via* lesquelles elles acquièrent une reconnaissance de leur compétence et progressent régulièrement dans la hiérarchie des postes.

Cette hypothèse de la féminisation « par le bas », équivalant à un déclassement de la profession, demeure souvent un présupposé explicite ou implicite des analyses des évolutions de la profession de journaliste. La position dominée des femmes dans l'espace social et dans les rapports de sexe induirait mécaniquement qu'elles n'accèdent qu'aux positions dominées de l'espace professionnel, selon un rapport d'homologie structurale postulé mais jamais démontré. En retour, leur place accrue dans un secteur professionnel dévaluerait « naturellement » celui-ci. Outre la naturalisation de la domination masculine ainsi opérée, cette approche ne prend en compte ni les capitaux spécifiques des hommes et des femmes, ni les luttes de définition qui se jouent pour en négocier la valeur relative. Elle apparaît surtout simplificatrice au regard de la multiplicité des dynamiques de féminisation observables. Certes, on constate souvent une féminisation des domaines dominés ou précarisés de l'information

---

<sup>8</sup> La transformation des conditions d'exercice de cette profession, avec la montée du divorce, le recours à l'action judiciaire dans les conflits de la vie quotidienne, l'augmentation de la petite délinquance, créent une surcharge de travail et constituent des activités peu valorisantes.

(presse magazine, presse spécialisée...), mais il existe des contre-exemples. C'est le cas de la presse sportive, spécialité « doublement dominée » (Delorme, Raul, 2008) et masculine. De même la *PQR*, bien que dominée dans l'espace des médias, est longtemps demeurée un bastion masculin, relevant d'autres logiques de segmentation sexuée. À l'inverse, on relève une féminisation « par le haut », soit parce que les femmes ont investi des secteurs dominants du journalisme – c'est le cas du service politique du *Monde* au début des années 2000 (Damian-Gaillard, Saitta, à paraître) –, soit parce qu'elles possèdent un capital social et culturel élevé – c'est le cas des femmes situées à des postes de décision dans les médias suédois (Djerf-Pierre, 2005). Dans ces différentes situations, la féminisation du métier de journaliste va de pair avec sa professionnalisation et l'élévation des exigences de recrutement, et non sa dévaluation.

Dans d'autres secteurs, la féminisation repose avant tout sur une dynamique de spécialisation sexuée, d'auto-affectation des femmes dans des médias ou des rubriques immédiatement construits comme féminins, comme la presse féminine ou certaines spécialités de vie pratique et familiale (voir plus loin)... C'est alors le développement de ces secteurs traditionnellement « féminins » qui porte la féminisation de la profession. De plus, on trouve aussi une féminisation par des « secteurs émergents ». Dans la presse alternative anglophone produite par et pour les femmes (née au début du XIX<sup>e</sup> siècle aux États-Unis et en Grande-Bretagne), les journalistes femmes ont porté une vision du rôle politique, culturel et social des femmes largement différente de celle qui était diffusée dans les médias de masse dominants. Elles y ont aussi promu et soutenu les mouvements sociaux de femmes – les suffragettes, et plus tard, les mouvements féministes, par exemple (Chambers, Steiner, Fleming, 2004).

En outre, les processus de spécialisation sexués peuvent être interprétés à un niveau plus général, en les reliant à la prégnance croissante des logiques économiques et commerciales dans la presse qui imposent de séduire de nouveaux publics, en particulier féminins. Plusieurs chercheurs posent l'hypothèse que la montée des contraintes économiques dans le champ journalistique peut constituer une structure d'opportunité permettant de transformer le rapport de force au sein de l'espace journalistique de façon plus favorable aux femmes et de valoriser des spécialités, des pratiques et des formats jusque-là dévalués (Neveu, 2001). Quant à Liesbet van Zoonen (1998), elle avance l'idée d'une convergence entre les logiques commerciales du journalisme et les perceptions féminines de l'information (*womanview*). Ces hypothèses seront à questionner au regard, d'un côté, des perceptions essentialistes d'une pratique féminine portée par les responsables éditoriaux et, de l'autre, de la multiplicité des féminins et des masculins.

Plus généralement, il serait essentiel d'étudier dans le détail les modes de recrutement de chaque secteur des médias, les profils attendus, en particulier en termes de niveaux et de types d'études, les procédures concrètes de sélection et les filières et réseaux explicites ou implicites, les attentes des recruteurs..., pour en saisir la dimension genrée et les évolutions éventuelles. De même, les modes d'intégration dans l'entreprise, après les éventuelles phases de précarité ou de test, différents selon les médias et plus ou moins propices à la titularisation des femmes, permettraient de mieux comprendre les écarts observés. Enfin, les processus de sortie de la profession – ou de déplacement d'un secteur à l'autre des médias – devraient aussi être mieux cernés, pour comprendre ces écarts. Au-delà de l'approche synchronique et globale de la féminisation, l'analyse de ces dynamiques successives permettrait de mieux en saisir les formes et les limites, d'expliquer pourquoi la place croissante des femmes dans les médias et surtout parmi les nouveaux entrants s'accompagne d'une minoration permanente de leur place, d'élucider cette « féminisation enrayée ». De ces constats, on peut conclure que les logiques de féminisation sont multiples et enchevêtrées. Ce sont donc ces processus complexes que nous nous proposons d'étudier au prisme, d'une part, des processus de production de l'information et, de l'autre, des processus de construction des catégories genrées.

## Rapports de genre, organisation du travail et rapports de pouvoir

Si beaucoup de travaux s'intéressant au genre et au journalisme ont examiné la représentation des hommes et des femmes dans les médias ou encore leurs publics (van Zoonen, 1994), peu ont centré leur analyse sur les processus de production de l'information (Schudson, 1989, 1996). Ce n'est que récemment que quelques ouvrages en langue anglaise ont apporté des éléments de connaissance sur l'interaction entre le genre et les variables organisationnelles (Carter, Branston, Allan, 1998 ; De Bruin, Ross, 2004, North, 2008). La sociologie du journalisme a montré la nécessité de ne pas exclusivement étudier les contenus journalistiques, mais de comprendre les processus qui, en amont, ont conduit à leur élaboration. En effet, les processus de production de l'information ne sont pas neutres ou objectifs. Les contenus journalistiques sont le produit de la compétition entre les sources d'information et des luttes qui se jouent à l'intérieur des entreprises de presse et des rédactions. Ainsi paraît-il nécessaire de porter attention aux producteurs de l'information (sociographie, trajectoires professionnelles, positions dans l'espace), à la division du travail journalistique (Tunstall, 1971) : entre services/rubriques, au sein même des services, entre les services et la direction, aux processus

décisionnels (*editorial control/copy flow*, Esser, 1998), aux rapports entre les journalistes et leurs sources (*sources-media analysis*, Schlesinger, Thumberg, 1994). Cependant, le genre demeure absent des principaux travaux et théories sur les processus de production de l'information.

Nous proposons d'adopter un niveau méso d'analyse afin d'étudier les rapports de genre tels qu'ils s'ancrent dans les logiques organisationnelles des rédactions et de mettre au jour l'ordre genré dans les rédactions (*gender order in the newsroom*, Löfgren-Nilsson, 2008). Prenant le contrepied d'une tendance qui considère la structure organisationnelle des entreprises comme désincarnée et neutre du point de vue du genre (*gender-neutral*), nous envisageons les médias comme des organisations genrées (*gendered organizations*, Acker, 1990) à divers niveaux : dans la construction des divisions genrées (division du travail, comportements admis, emplacements dans l'espace physique, distribution du pouvoir...) ; dans la construction d'images et de symboles renforçant ces divisions (par exemple, l'image de la masculinité associée aux compétences techniques) ; dans les diverses interactions entre hommes et femmes, entre femmes, ou entre hommes ; dans l'identité individuelle (dans le choix du travail approprié, dans l'utilisation du langage, dans l'habillement, dans la présentation de soi...) ; dans le processus continu de création et de conceptualisation des structures sociales.

Le double apport de ce parti pris est, d'un côté, d'éclairer de façon plus fine et plus complète les processus de production de l'information, de dégager éventuellement de nouveaux facteurs explicatifs et, de l'autre, de contribuer à l'identification de la logique genrée du champ journalistique (*gender logic*, Djerf-Pierre, 2007 ; *media politics of gender*, De Bruin, 2000 ; *gender-politics of mass communication processes*, Kitzinger, 1998). Il s'agit de comprendre « *how gender relationships shape (journalism's) forms, practices, institutions and audiences* »<sup>9</sup> (De Bruin, 2000 : 224). En outre, ce parti pris inscrit en faux contre l'idée que la présence accrue des femmes parmi les journalistes conduirait mécaniquement à une transformation – ou plus précisément, une féminisation – des pratiques et contenus journalistiques. Ce raisonnement, diffus parmi les femmes journalistes et dans un certain nombre de travaux, s'appuie sur deux présupposés fortement contestables. D'abord, les journalistes auraient assez d'autonomie dans leur travail quotidien et dans la rédaction pour produire une façon individuelle de faire du journalisme. Ensuite, les femmes auraient une pratique féminine du journalisme parce que le genre serait leur principale forme d'identification – avant d'autres, comme le professionnalisme, l'ethnicité... – (van Zoonen, 1998).

---

<sup>9</sup> « Comment les rapports de genre façonnent les formes, les pratiques, les institutions et les audiences du journalisme ».

Trois processus retiennent plus particulièrement notre attention. Le premier concerne les logiques de distribution des femmes et des hommes entre les différentes spécialités journalistiques. Le deuxième a trait aux logiques d'inclusion et d'exclusion des postes de pouvoir dans les rédactions. Le troisième se concentre plus spécifiquement sur les effets des dispositifs managériaux sur ces phénomènes de ségrégation horizontale et verticale. Ce dernier point est l'occasion d'interroger le lien entre féminisation du journalisme et montée des contraintes économiques dans les entreprises de presse.

## Les logiques de ségrégation horizontale : compétences, spécialités, secteurs médiatiques genrés

Plusieurs travaux ont montré qu'il existait une répartition des domaines de spécialité journalistique ou, pour le dire autrement, une ségrégation horizontale entre femmes et hommes. En effet, on repère des secteurs médiatiques, des services et rubriques, ou encore des compétences et spécialités genrées. La presse magazine spécialisée a ainsi longtemps constitué le premier débouché professionnel des femmes journalistes. De même identifie-t-on des services plus « féminins », comme la mode, la culture ou la société, les femmes travaillant majoritairement dans des domaines informationnels qui sont considérés comme une extension de leurs responsabilités domestiques et du rôle qui leur est socialement assigné de soin, d'éducation et d'humanité. À l'inverse, certains secteurs prestigieux, comme la politique intérieure dans la presse quotidienne nationale (PQN) et les *newsmagazines*, ont longtemps constitué un domaine exclusivement « masculin », ou presque. Ces dynamiques de spécialisation rédactionnelle opèrent à l'intérieur des rédactions dans leur ensemble mais aussi au sein même d'une rubrique ou d'un service. Monica Löfgren-Nilsson (2008) repère ainsi une typification de domaines de spécialité comme féminins ou masculins (*gender typing*) dans la rédaction de la télévision publique suédoise SVT, les femmes étant par exemple tendanciellement affectées aux *soft news* et les hommes aux *hard news*. Par exemple, Érik Neveu (2000) montre que, dans le quotidien *Le Monde*, au milieu des années 90, les articles publiés en pages « Société » sont majoritairement écrits par des femmes, tandis que les ceux publiés en pages « Politique » sont majoritairement écrits par des hommes. Dans leur analyse du mouvement de grève initié par les clavistes du *Canard Enchaîné*, dans un contexte de recomposition des métiers, processus lui-même porté par l'informatisation de la rédaction, Margaret Maruani et Nicole Drancourt (1989) montrent que se joue une redéfinition des frontières entre des espaces professionnels féminin (les clavistes) et masculin (les correcteurs). Les revendications portent sur la reconnaissance des qualifications des femmes, de leur capacité à occuper des postes de travail jusqu'alors réservés aux hommes, l'enjeu étant d'obtenir une égalité non seulement de salaire, mais aussi de traitement.

Si ce constat est désormais bien connu, reste à mieux comprendre les mécanismes qui conduisent à cette ségrégation horizontale et à sa reproduction, malgré l'augmentation du nombre de journalistes femmes et, dans certains cas, leur accès à des responsabilités éditoriales. Plusieurs façons de délimiter l'objet d'étude apparaissent particulièrement fécondes pour identifier ces mécanismes et les variables ou facteurs explicatifs. Une perspective historique permet de voir qu'il existe des variations au cours du temps des domaines qui sont définis comme « féminins » ou « masculins ». Par exemple, Monika Djerf-Pierre (2007 : 96) explique : « *Investigative journalism was mainly undertaken by women journalists in the early 1900s ; seventy years later and since, it is a male domain. Coverage of social issues was not gendered at the start of the century, but became women's work in the 1970s. In the early years of the century international news was a women's domain, but only few decades later, when the area gained status and the focus shifted to first-hand reporting, men took over* »<sup>10</sup>. Cette perspective permet de mettre en évidence les transformations du recrutement journalistique, du capital social et culturel des journalistes, de la définition du « bon » journaliste, et leurs effets sur les processus de ségrégation horizontale. En outre, elle évite tout risque d'essentialisation. Ensuite, une autre approche peut consister à analyser les spécialités traditionnellement « masculines » qui se féminisent et les modalités de cette féminisation. Béatrice Damian-Gaillard et Eugénie Saitta (à paraître) mettent en évidence les modalités différenciées de féminisation des rubriques « nobles » de la presse quotidienne nationale (PQN), en particulier des services politiques. Enfin, une troisième démarche peut être de s'intéresser aux rédactions où persiste une ségrégation horizontale malgré une politique de promotion de la parité aux postes de décision (« *gender balance* »). Ainsi Monica Löfgren-Nilsson (2008 : 3) montre-t-elle que les « *gender stereotypes worked as a subtle mechanism of selection and also self-selection* »<sup>11</sup>.

Parmi ces mécanismes, plusieurs ont été identifiés par diverses recherches et méritent d'être interrogés plus avant. Par exemple, il s'agit de savoir dans quelle mesure la présence en nombre de femmes dans des services ou rubriques typifiés comme féminins est le résultat de l'auto-affectation des

<sup>10</sup> « Le journalisme d'investigation était majoritairement entrepris par des femmes journalistes au début du XIX<sup>e</sup> siècle ; 70 ans plus tard et depuis, c'est devenu un domaine masculin. La couverture des problèmes sociaux n'était pas genrée au début du siècle, mais devint un travail de femmes dans les années 1970. Au début du siècle, l'information internationale constituait un domaine féminin, mais quelques dizaines d'années après, quand ce domaine a gagné en légitimité et que l'attention s'est portée sur le reportage de première main, les hommes en ont pris le contrôle ».

<sup>11</sup> « Les stéréotypes de genre fonctionnent comme des mécanismes subtils de sélection et aussi d'auto-sélection ».

femmes, d'assignations hiérarchiques et/ou de stratégies commerciales des directions. Cette présence résulterait d'une affinité des femmes avec ces rubriques qu'elles choisiraient sur la base de leurs dispositions féminines (socialement construites) ; d'une contrainte de position, les femmes étant préférentiellement affectées à des domaines dominés de l'information ; d'une vision essentialisée des pratiques féminines perçues par les responsables éditoriaux des entreprises de presse comme un atout pour capter des publics féminins. Le fait que les femmes journalistes soient souvent associées à des domaines illégitimes de l'information conduit à questionner les processus de ségrégation horizontale au prisme des rapports de pouvoir dans les rédactions.

## Ségrégation verticale, processus décisionnels et rapports de pouvoir

L'accès encore limité des femmes aux postes de décision dans les rédactions (le « plafond de verre ») est bien documenté dans la littérature existante (IFP, 2001). Mais il ne suffit pas de compter les hommes et les femmes, d'identifier les positions et les profils de poste. L'enjeu est désormais de comprendre les mécanismes qui excluent ou incluent certains groupes des positions de pouvoir. Par exemple, Monika Djerf-Pierre (2005) a mis en évidence le capital social, économique, culturel et professionnel différencié dont disposaient les hommes et les femmes occupant des postes à responsabilité dans les médias suédois. Les conditions de travail qui permettent difficilement de concilier vie professionnelle et vie privée constituent un autre de ces mécanismes, comme le montrent Béatrice Damian et Eugénie Saitta (à paraître) dans le cas du journalisme politique de la RQN française. Ces conditions disqualifiantes sont liées aux horaires de travail extensifs (le soir et le week-end), au caractère particulièrement concurrentiel du journalisme politique, qui constitue en outre un univers doublement masculin (le service et les sources politiques). Pour sa part, Monica Löfgren-Nilsson (2008) démontre que les rituels et routines professionnels sont fondés sur des stéréotypes genrés qui conduisent à désavantager les femmes au moment de l'attribution des tâches aux rédacteurs, la préférence étant souvent donnée aux discours et savoir-faire « masculins ».

Au-delà de l'accès des femmes aux postes de décision au sein des rédactions, la compréhension des processus décisionnels est centrale. L'existence d'une parité entre hommes et femmes dans les hiérarchies des médias n'aboutit pas mécaniquement à une transformation dans les processus de production. C'est ce que montre Monica Löfgren-Nilsson (2008) à propos de la chaîne publique suédoise SVT, où les femmes ayant accédé à des fonctions décisionnelles adoptent, pour la plupart, des



rituels de réparation (*repair rituals*) visant à rétablir l'ordre symbolique qu'elles ont rompu afin de ne pas fragiliser leur position de pouvoir. Il apparaît donc essentiel de mettre au jour les interprétations – masculines ou féminines – du travail quotidien, des actions et du langage au sein des rédactions et la façon dont celles-ci structurent quotidiennement les processus décisionnels, la sélection des sujets, la distribution des tâches, le choix des sources, etc. Plus largement, ce parti pris méthodologique et épistémologique permet d'interroger les dynamiques de reproduction d'un rapport de force favorable aux hommes dans les entreprises de presse. Ainsi divers travaux (Melin-Higgins, 2004 ; Robinson, 2004) s'accordent-ils sur le fait que le champ journalistique est le lieu d'une lutte entre une culture dominante, imposée comme la norme, portée essentiellement par des hommes et construite dans une perspective masculine (*man-as-norm and woman-as-interloper*<sup>12</sup>, Roos, 2001), et des cultures oppositionnelles, dont certaines sont portées par des femmes, qui visent à imposer des valeurs professionnelles autres. La question des stratégies utilisées dans cette lutte pour l'imposition d'une vision du « bon » journalisme et des rapports différenciés aux conventions journalistiques dominantes sera abordée plus loin. Par ailleurs, ces processus de ségrégation horizontale et verticale sont à analyser au regard de la montée des contraintes économiques dans le champ journalistique et plus précisément de la façon dont celles-ci s'incarnent dans les processus de production de l'information et les transforment.

## Processus de production et dispositifs managériaux

Comprendre les dispositifs managériaux nécessite de les inscrire dans les enjeux socio-économiques de gouvernance des entreprises de presse. Ces derniers se caractérisent par la montée en puissance de nombreuses formes de rationalisation de la production de l'information. Outre l'informatisation des rédactions (Ruellan, Thierry, 2000), celles-ci s'incarnent par l'inscription d'une logique gestionnaire jusque dans l'encadrement des rédactions (Damian, 1995)<sup>13</sup>. La mise en œuvre la plus visible de cette logique gestionnaire réside dans la pression pour réduire les coûts de production. Elle se concrétise dans un double mouvement de diminution des effectifs et de flexibilisation de la

<sup>12</sup> « Homme-norme, femme-intrus ».

<sup>13</sup> Ces observations s'appuient sur plusieurs enquêtes réalisées par B. Damian-Gaillard au cours de programmes coopératifs de recherche. L'un est *Internet, pluralisme et redondance de l'information* (IPRI, 2008) ; dirigé par Fr. Rebillard, il est soutenu par la MSH Paris-Nord. L'autre est *Diversité culturelle et mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication* (2006-2007). Piloté par une équipe CNRS, il est aussi rattaché à la MSH Paris-Nord et il est dirigé par Ph. Bouquillion.

masse salariale. Ainsi les journalistes ont-ils vu émerger jusque dans leur rédaction, des principes de légitimité par le marché fondés sur des indicateurs économiques comme les chiffres de ventes, les parts de marché. Or, ces deux dernières décennies, les stratégies développées par les groupes de presse consistent à proposer à des publics de plus en plus segmentés, des produits éditoriaux aux contenus toujours plus spécialisés (sur des thématiques, sujets, « angles »). Ces nouvelles formes de marchandisation et de rentabilisation des produits ont participé à une redéfinition des formes de légitimité associées aux différents secteurs de presse et, ce faisant, aux différentes formes de journalismes. Ces reconfigurations ne sont pas neutres du point du genre, puisqu'il existe des contenus éditoriaux affiliés à des types de médias définis comme masculins ou féminins. La presse magazine est plus rentable économiquement que la presse quotidienne nationale et, au sein de la presse magazine, la presse féminine occupe la seconde position en termes de diffusion, après la presse magazine télévisuelle. Analyser ces processus au prisme du genre soulève diverses interrogations qui n'ont jusqu'à présent pas trouvé de réponses dans les travaux croisant l'étude du genre et du journalisme. Dans quelle mesure la centralisation décisionnelle (journalisme de commande) que l'on observe dans les entreprises de presse renforce-t-elle un ordre genré favorable aux hommes ? La flexibilisation croissante des emplois journalistiques frappe-t-elle plus largement les femmes, accentuant leur précarité ? En quoi la spécialisation des contenus et la segmentation des publics favorisent-elles la reconnaissance de journalismes jusqu'alors dépréciés car jugés trop commerciaux par les pairs ? Et ceux-ci sont-ils plus souvent issus de secteurs et spécialités féminins ?

## Production de l'information et diversité des rapports au genre

Existe-t-il des formes de traitement de l'information, des pratiques du journalisme de l'ordre du « féminin » et du « masculin » ? S'agit-il plutôt d'une instrumentalisation des catégories et des identités sexuelles en lien avec les stratégies de diversification des produits éditoriaux et de segmentation des publics ? Plus précisément, il convient de réfléchir à ce que la présence des femmes et l'invention de modes de traitement « féminins » de l'information changent – ou non – pour le champ journalistique, son mode de fonctionnement et la production de l'information. Nous n'entendons pas ici faire nôtre une définition essentialiste de la pratique journalistique, qui affecterait des façons de faire du journalisme « au féminin » ou « au masculin » liées à telles ou telles qualités intrinsèques de sexe : l'empathie *versus*

la distance, la subjectivité *versus* l'objectivité, l'émotion *versus* la raison... *A contrario*, nous nous proposons d'interroger la diversité des rapports au genre, d'un côté, et des rapports au métier de l'autre. Il s'agit alors d'identifier les logiques organisationnelles, économiques, professionnelles qui participeraient à la construction et à la stabilisation de formes d'exercice du journalisme, plus spécifiquement exercées par des journalistes femmes ou hommes. Ces logiques sont complexes car elles renvoient aux modes de structuration des secteurs médiatiques, en lien avec un modèle économique et donc selon des positionnements sur les marchés des publics, des annonceurs mais aussi des sources d'information. Les responsables éditoriaux peuvent décider de recruter des journalistes femmes parce qu'ils considèrent qu'elles seront plus à même d'intéresser tel ou tel public, ou de recueillir telle ou telle information auprès de telles sources. De même, ils peuvent estimer que leur identité sexuelle les prédispose davantage à telle ou telle mise en discours de l'information, plus en phase avec leurs stratégies commerciales. Dès lors, ces mécanismes d'affectation genrés à des secteurs d'information, liés à des thématiques et circonscrites à certains espaces sociaux fonctionnent simultanément comme principes de légitimité et comme principes de structuration des catégories de sexes. Ils sont intériorisés par les journalistes eux-mêmes *via* des processus de socialisation culturels et professionnels, sous formes de représentations, de valeurs, de modes d'actions. Ils les mettent en œuvre et les réalisent dans et au travers de leurs pratiques journalistiques. Dès lors, les modes sexués de traitement de l'information peuvent sous-tendre des stratégies d'intégration dans la profession, d'accès à des positions ou à des spécialités journalistiques valorisées. Ainsi la dimension genrée peut-elle intervenir dans la construction de postures professionnelles au sein des rédactions entre les journalistes femmes et leurs homologues masculins. Ces postures différenciées se définissent aussi en partie par un processus réflexif, c'est-à-dire par le rapport que le journaliste construit vis-à-vis du genre, en lien avec les valeurs et conventions professionnelles à l'œuvre dans le champ journalistique.

## Des modes sexués de traitement de l'information ?

Il n'existe pas une façon de pratiquer le journalisme, mais, du fait de la diversité des situations d'exercice du métier, des pratiques qui se complexifient. Souvent évoquée comme un domaine de recherche encore en chantier (Neveu, 2000), la question des spécificités genrées du traitement de l'information, contrairement aux pays scandinaves,

anglo-saxons et néerlandais<sup>14</sup>, a suscité encore peu de travaux en France. Or, ces spécificités genrées peuvent accompagner cette diversification des conditions de production de l'information de multiples façons. Elles peuvent structurer différemment les rapports aux sources, surtout lorsque les journalistes femmes exercent leur métier dans une spécialité journalistique dominée par les hommes, dans l'instance de production et/ou dans l'espace social visé par l'information à traiter. Il en va ainsi dans l'exercice du journalisme sportif ou politique, domaines dans lesquels les journalistes femmes rencontrent non seulement des formes spécifiques d'insertion professionnelle, à l'entrée dans la spécialité ou tout au long de leur carrière, mais doivent sans cesse justifier de leurs compétences professionnelles vis-à-vis de leurs confrères masculins et de leurs sources. Certains travaux démontrent qu'elles parviennent parfois à transformer leur statut de minorité de « handicap » en ressource professionnelle (Robinson, 2004) par l'instauration d'autres formes relationnelles avec leurs interlocuteurs, fondées sur la confiance, du fait que ces derniers les perçoivent comme « inoffensives », car non apparentée au « genre viril » (Schoch, 2008 ; Lachover, 2005). Sans compter que l'intégration de journalistes femmes dans ces « bastions masculins » s'accompagne d'attentes spécifiques des responsables éditoriaux sur les modes de traitement de l'information : le choix des sujets, les formes d'écriture. Cet exercice du journalisme « au féminin » les cantonnerait plus souvent aux genres du reportage, du portrait, de l'enquête, formats propices à la narration, aux témoignages et à une définition plus ethnographique, voire plus « psychologisante » du journalisme. Les journalistes femmes peuvent également se jouer de ses représentations stéréotypées de leurs compétences professionnelles en retournant le stigmate par l'ironie, la mise en distance de l'information traitée. Des chercheurs (Damian-Gaillard, Soulez, 2001 ; Mundschau, 2008) ont montré comment ces détournements ou réappropriations d'assignations genrées ont parfois amené des redéfinitions de la spécialité journalistique, un renouvellement dans le cadrage de l'information, dans le recours aux sources (paroles profanes) et dans les formats d'expression (article pratique, témoignage, reportage). Ce faisant, les journalistes femmes

---

<sup>14</sup> Par exemple, l'auteur L. Van Zoonen (1996) explique que certaines composantes de la pratique journalistique sont perçues comme « genrées », notamment la définition de la *newsworthiness* d'un événement, d'un « angle », d'un style, en somme qu'il existe des valeurs journalistiques « féminines » et « masculines ». Sur la question de l'instrumentalisation de « dispositions » présumées féminines – et intériorisées comme telles par les acteurs – (l'attention portée aux paroles ordinaires, par exemple), par les directions des journaux, dans une stratégie de captation d'un lectorat plus large, ou féminin, en promouvant une information politique dite de proximité, voir D. Chambers *et al.* (2004).

tendraient à s'affranchir partiellement des effets d'imposition à l'œuvre à la fois dans l'espace social de leurs sources d'information mais aussi de leur organisation d'appartenance, voire du champ journalistique, et de ses logiques de ségrégation<sup>15</sup>.

Cependant, il convient de souligner la diversité et les ambivalences de ces modes de traitement « féminins » de l'information. Ils s'inscrivent dans des secteurs de presse et des domaines journalistiques différents, dans la presse ou les rubriques féminines, dans les sections de vie pratique, consacrées à l'éducation, au social ou à l'information politique, dans les informations générales et le reportage, ne prenant leur sens qu'en rapport avec les conventions propres à chacun de ces domaines. De plus, ils ne sont pas cohérents entre eux et renvoient à des pratiques éclatées, aux sens divergents. Certains de ces modes adoptent un « angle » particulier de traitement de l'information en jouant sur la narration, le vécu du journaliste pendant l'événement, ou le récit d'un acteur. D'autres mobilisent les points de vue de personnes « ordinaires » sur des sujets de société peu explorés (la pauvreté, la maladie...). Ce faisant, ces sujets se démarquent d'une définition conventionnelle de l'« information » qui privilégierait les « faits » qui sont, en réalité, les représentations du réel soutenues par les institutions officielles. Il peut s'agir aussi de parler de soi ou de son entourage proche afin de créer une complicité tacite avec le lecteur – ou la lectrice – en jouant sur une pseudo-intimité. D'autres encore préfèrent s'immiscer dans la vie privée d'une star ou d'une personnalité en faisant bénéficier le lecteur de son accès à son intimité. Toutes ces utilisations du portrait ou de la parole ordinaire renvoient en fait à des logiques très différentes, même si elles se revendiquent d'une approche « féminine ». La manière dont elles s'inscrivent dans les rapports de genre, d'une part, et dans les conventions journalistiques dominantes, d'autre part, sont différentes, voire opposées. Et si les acteurs relient d'eux-mêmes l'innovation de leurs pratiques journalistiques à leur catégorie de genre, peut-être faut-il les dissocier et interroger séparément le rapport au genre engagé dans l'activité rédactionnelle, ainsi que le rapport aux conventions journalistiques dominantes que cela traduit. Sinon, le risque est de présupposer un lien de causalité entre les deux et d'oublier que l'imbrication entre ces deux logiques est complexe.

---

<sup>15</sup> L. Mundscha (2008) décrit les façons dont les journalistes femmes, dans un secteur professionnellement dévalorisé, se mettent en scène dans l'information produite, en recourant à l'ironie et l'autodérision. Ces productions autoréférentielles construisent une mise à distance des clichés attachés à l'exercice du métier de journaliste dans la presse féminine.

## Des stratégies et des rapports différenciés au genre

Alors que les travaux français tendent souvent à unifier les formes et les enjeux d'une écriture « féminine », les recherches anglo-saxonnes et scandinaves soulignent fréquemment la diversité des stratégies des femmes pour investir le champ journalistique. Ainsi Monika Djerf-Pierre (2007 : 98) distingue-t-elle trois stratégies correspondant à différentes conceptions du genre (*ibid.*:82) : celle de la compétition qui consiste à défier les hommes sur leur propre terrain, en s'efforçant d'acquérir les mêmes formes de capital que ces derniers, en devenant « *one of the boys* » – cette stratégie étant dominante dans la phase de professionnalisation du métier au début du XX<sup>e</sup> siècle, tout du moins en Suède. L'auteur présente ensuite la stratégie de la spécialisation qui repose sur l'utilisation d'un capital spécifiquement féminin et l'investissement dans des sujets ou des genres spécifiques, par exemple dans l'édition magazine ou la presse féminine, en s'affirmant comme « *one of the girls* » – démarche fréquente dans les années 30. Enfin, la stratégie de l'expansion est mise en exergue, visant à ouvrir l'espace journalistique en développant de nouveaux genres et styles avant qu'ils ne soient genrés. Par exemple, selon l'auteur, le journalisme d'investigation aurait été inventé par une femme dans les années 10, avant d'être recodé comme masculin, de même que le développement des thématiques sociales dans les années 70 jusqu'alors non sexuées. Cette distinction est particulièrement heuristique, et permet de distinguer différents usages des catégories de genre et de la référence à la féminité en particulier, mais sa construction diachronique la rend difficilement utilisable pour appréhender des modes de traitement de l'information encore en construction.

Peut-être est-ce en précisant davantage les rapports aux catégories de genre que l'on peut mieux cerner ces différentes stratégies. On pourrait alors distinguer une stratégie d'adaptation aux conventions masculines dominantes, où les femmes entrent en compétition avec les hommes sur le même terrain, pouvant aller jusqu'à l'hyper-conformisme et la surenchère, le masculin demeurant assimilé à l'universel et le féminin dévalorisé voire exclu de l'espace public et de l'information. Les autres démarches reposent sur des formes d'affirmation du féminin, mais dans des sens distincts si ce n'est opposés – et qui sont trop souvent confondus. La stratégie de différenciation repose sur une mise en scène de la féminité, retournant positivement la valeur du féminin, mais sans en contester le contenu, en reproduisant les stéréotypes genrés dont les femmes font l'objet, tout en leur attribuant une valeur positive, de la même manière que des revendications différentialistes se sont efforcées de célébrer le féminin sans en redéfinir le contenu. Cette démarche peut être distinguée

de la stratégie d'accompagnement qui affirme la complémentarité des approches féminine et masculine et se place donc « à côté » des conventions masculines dominantes. Il s'agit alors d'assumer la place dominée du féminin, qui présente une approche « différente » de celle qui demeure la norme. On trouve enfin une stratégie de subversion qui vise non seulement à proposer un traitement alternatif de l'information, mais à transformer l'ensemble de ses normes et conventions et à remettre en cause la construction même des catégories de genre. Cependant, une telle démarche, à la fois féministe et subversive, radicale dans sa contestation des codes sexuels et journalistiques, est en fait très rare. Si elle est présentée comme ayant été importante voire dominante dans les années 70 en Suède, ce serait une généralisation abusive de transférer cette approche à la France où, d'un côté, les approches se revendiquant du féminin ont privilégié les stratégies précédentes et où, de l'autre, les formes alternatives ou contestataires de journalisme se sont développées plutôt sur un pôle masculin. Le nouveau journalisme au féminin resterait alors ici encore à inventer.

Ce modèle d'analyse du rapport au genre engagé dans l'activité journalistique n'est pour l'instant qu'un programme de recherche ; il devra être testé tant à travers une analyse de contenu de différents types de presse et de rubriques, destinée à dégager la variété des modes genrés de traitement de l'information, que par le biais d'une enquête auprès des producteurs de cette information, visant à faire ressortir leur construction biographique et leur rapport aux catégories de sexe<sup>16</sup>. C'est aussi le rapport aux conventions journalistiques dominantes qu'il s'agit d'explorer.

## Des rapports hétérogènes aux conventions journalistiques dominantes

L'analyse de la dimension genrée du traitement de l'information permet de mettre en lumière l'hétérogénéité des modes d'exercice du journalisme et la désuétude d'une vision universalisante de la profession, supposant l'existence de valeurs professionnelles partagées et de conditions d'exercice communes du métier. Cette vision unifiée du journalisme, qui demeure dominante, résulte de rapports de force au sein du champ et de la profession journalistiques, qui se sont organisés et structurés en

---

<sup>16</sup> Comment les femmes journalistes ont-elles perçu et construit leur appartenance de sexe ? L'ont-elles perçu comme un handicap ou un avantage au cours de leur scolarité puis de leur entrée dans le métier et enfin de leur carrière ? Comment perçoivent-elles la féminité et la masculinité ? Quelles expériences ont-elles eues des inégalités, de la ségrégation, de la minoration et de l'humiliation ?

affirmant l'unité et les missions de la profession, reposant sur la liberté de la presse, le droit à l'information... L'analyse en termes de genre permet de déconstruire ces valeurs, cette définition du journalisme présentée comme partagée, « *gender neutral* » et, enfin, de mettre au jour les mécanismes de domination, les rapports de pouvoir sous-tendant ces idéaux professionnels. Par ailleurs, la multiplicité des formes de journalisme et des trajectoires de journalistes conduit à souligner la polysémie des valeurs affichées de la profession telles que l'objectivité, l'autonomie, la vérité etc. Ces valeurs, mais aussi le sens qui leur attribué, et les modes pratiques d'exercice du métier diffèrent selon les époques, les sociétés, les sous-espaces professionnels et également les postures individuelles (Frisque, 2002).

Plusieurs études anglo-saxonnes et scandinaves soulignent « *the male power basis in journalism* »<sup>17</sup>. Ainsi Monika Djerf-Pierre (2007 : 99-100) écrit-elle : « *In the journalistic field the ongoing struggle is about how to define the fundamental purposes and values of the profession* »<sup>18</sup>, les hommes et les femmes luttant pour imposer des définitions différentes de l'information. À cet égard, l'auteur souligne la transformation des normes dominantes du journalisme, d'un journalisme critique et d'investigation, qui proposait une définition particulière de la masculinité fondée sur le courage, la détermination et l'individualisme, vers une logique de management privilégiant les qualités d'encadrement, l'efficacité, la vigueur, dans un contexte de « commercialisation » des médias. Dans ce cadre, les formes dominantes de spécialisation féminine et de « typification genrée » tendent à réinstaurer le masculin comme la norme et le féminin comme « autre », reproduisant ainsi la hiérarchie du pouvoir et les normes dominantes du champ. L'intérêt et la difficulté sont alors de penser simultanément les transformations voire l'éclatement des normes dominantes du journalisme, reposant sur des définitions de la masculinité elles-mêmes variées et en évolution, et les rapports différenciés que les diverses stratégies genrées entretiennent avec ces normes dominantes. Cela peut alors aller d'un redoublement naturalisé ou idéalisé des conventions se présentant comme universelles, à une contestation radicale, en passant par des formes de compromis et de complémentarité entre des spécialités féminines qui assument leur position marginale ou spécifique, et un traitement masculin finalement incontesté.

---

<sup>17</sup> « La base masculine du pouvoir dans le journalisme ».

<sup>18</sup> « Dans le champ journalistique, une lutte incessante porte sur la façon de définir les objectifs fondamentaux et les valeurs de la profession ».



## Conclusion

Le double parti pris de cette contribution était à la fois de proposer un état des lieux articulé des travaux existants et d'identifier des chantiers de recherche à entreprendre sur la question du genre et du journalisme. Dans une première partie, il visait à montrer la complexité des processus de féminisation de la profession journalistique et à interroger de façon critique les modèles explicatifs traditionnellement avancés. L'optique de la deuxième était d'associer les apports de la sociologie du journalisme à ceux de la sociologie du genre afin de mieux comprendre les processus de production de l'information à l'intérieur des rédactions et leur dimension genrée. La troisième partie prenait à rebours la question d'une écriture féminine pour, *a contrario*, insister sur la multiplicité des féminins et l'hétérogénéité des rapports aux valeurs et conventions journalistiques dominantes. À travers la problématique du genre et du journalisme, la démarche proposée a pour intérêt d'articuler une approche sociodémographique de la profession, une analyse organisationnelle du fonctionnement des rédactions et une étude socio-discursive du contenu des médias.

## Références

- Accardo A. et al., 1998, *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Bordeaux, Éd. Le Mascaret.
- Acker J., 1990, « Hierarchies, Jobs, Bodies : A theory of Gendered Organizations », *Gender and Society*, vol. 4, 2, pp. 139-158.
- Barré V. et al., 2000, *Dites-le avec des femmes*, Paris, CFD.
- Bouquillion P., 2005, « La constitution des pôles des industries de la culture de la communication. Entre coups financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, 131, pp. 111-144.
- Bourdieu P., 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101/102, pp. 3-9.
- Cacouault-Bitaud M., 2001, « La féminisation d'une profession est-elle le signe d'une baisse de prestige ? », *Travail, genres et sociétés*, 5, pp. 104-107.
- Carter C., Branston G., Stuart A., 1998, *News, gender and power*, London, Routledge.
- Centre de recherches administratives et politiques, 2001, *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail*, Paris, Éd. La Documentation française.
- Chambers D., Steiner L., Fleming C., 2004, *Women and Journalism*, London/New York, Routledge.
- Charon J.-M., 1993, *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*, Paris, Stock.
- 1999, *La presse magazine*, Paris, Éd. La Découverte.

- Coulomb-Gully M., 2009, « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline *gender blind* ? », *Questions de communication*, 15, pp. 129-153.
- Damian B., 1995, *Les dames du temps présent. Places et fonctions des études de marketing dans la conception des discours de la presse féminine généraliste*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Stendhal-Grenoble 3.
- Damian-Gaillard B., Soulez G., 2001, « L'alcôve et la couette : presse féminine et sexualité : L'expérience éphémère de *Bagatelle* », *Réseaux*, vol. 19, 105, pp. 101-129.
- De Bruin M., 2000, « Gender, organizational and professional Identities in Journalism », *Journalism*, vol. 1 (2), pp. 217-238.
- De Bruin M., Ross K., eds, 2004, *Gender and Newsroom Cultures. Identities at work*, Cresskill, Hampton Press.
- Djerf-Pierre M., 2007, « The Gender of Journalism. The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century », *Nordicom Review*, Jubilee Issue, pp. 81-104.
- 2005, « Lonely at the Top. Gendered Media Elites in Sweden », *Journalism*, vol. 6, pp. 265-290.
- Esser F., 1998, « Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms », *European Journal of Communication*, vol. 13, 3, pp. 375-405.
- Flichy P., 1980, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Frisque C., 2002, *L'activité journalistique au quotidien : travail relationnel, identitaire et rédactionnel des journalistes de la presse quotidienne régionale*, Thèse en science politique, université Paris 10-Nanterre.
- Gimbert Ch., 2008, « La variable du genre dans les enquêtes sociodémographiques de la profession de journaliste : de l'invisible à l'ambivalence », Colloque *Genre, journalisme et presse écrite. Place et production des hommes et des femmes dans la presse*, IEP de Rennes, 15-16 mai.
- Huet A., Ion J., Lefebvre A., Miège B., Peron R., 1978, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1984.
- Institut français de presse, 2001, *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*, Paris, Éd. Panthéon-Assas.
- Kitzinger J., 1998, « The gender-politics of news production », pp. 186-203, in : C. Carter, G. Branston, S. Allan, eds, *News, Gender and Power*, London/New York, Routledge.
- Lachover E., 2005, « The gendered and sexualised relationship between Israeli women journalists and their male news sources », *Journalism*, vol. 6, 3, pp. 291-311.
- Lacroix J.-G., Miège B., Tremblay G., dirs, 1994, *De la télématique aux autoroutes électroniques : le grand projet reconduit*, Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec.
- Lacroix J.-G., Tremblay G., 1995, *Les autoroutes de l'information : un produit de la convergence*, Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec.

- Lévêque S., 2008, « Faire de sa «féminité» un gage d'excellence professionnelle : la rédaction de la Fronde à l'épreuve de la professionnalisation journalistique », Colloque *Genre, journalisme et presse écrite. Place et production des hommes et des femmes dans la presse*, IEP de Rennes, 15-16 mai.
- Löfgren-Nilsson M., 2008, « The thoughts and doings of gender. Swedish news television as a case », Colloque *Genre, journalisme et presse écrite*, IEP de Rennes, 15-16 mai.
- Maruani M., Drancourt N., 1989, *Au labeur des dames. Métiers masculins, emplois féminins*, Paris, Syros.
- Méda D., Périvier H., 2007, *Le deuxième âge de l'émancipation. La société, les femmes et l'emploi*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Melin-Higgins M., 2004, « Coping with journalism : Gendered newsroom culture », pp. 197-222, in : De Bruin M., Ross K., eds, *Gender and newsroom cultures. Identities at work*, Cresskill, Hampton Press.
- Miège B., 1989, *La société conquise par la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- 1997, *La société conquise par la communication. T. 2 La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Mundschauf L., 2008, « "En exclusivité, les coulisses de votre magazine favori". Autoreprésentation de la profession de journaliste dans les magazines féminins », Colloque international *Genre, journalisme et presse écrite*, IEP de Rennes, 15-16 mai.
- Neveu É., 2000, « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, vol. 13, 51, pp. 179-212.
- North L., 2008, *The Gendered Newsroom : How Journalists Experience the Changing World of Media*, Cresskill, Hampton Press.
- Pradié C., 2005, « Capitalisme et financiarisation des industries culturelles », *Réseaux*, 131, pp. 83-110.
- Rebillard F., 2007, « Innovations et conservatisme dans les groupes de presse magazine. Illustrations par la presse sportive et la presse informatique », *Les Cahiers du journalisme*, 17, pp. 298-321.
- Rieffel R., 1984, *L'élite des journalistes. Les hérauts de l'information*, Paris, Presses universitaires de France.
- Robinson G. J., 2004, « Gender in the newsroom. The Canadian experiences », pp. 181-196, in : De Bruin M., Ross K., eds, *Gender and newsroom cultures. Identities at work*, Cresskill, Hampton Press.
- Ross K., 2001, « Women at Work : journalism as an en-gendered practice », *Journalism Studies*, vol. 2 (4), pp. 531-544.
- Ruellan D., 1993, *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Ruellan D., Thierry D., 2000, *Journal local et réseaux informatiques. Travail coopératif, décentralisation et identité des journalistes*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Serdjénian E., dir., 1997, *Femmes et médias*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Schlesinger Ph., 1990, « Rethinking the Sociology of Journalism : Sources Strategies and the Limits of Mediacentrism », pp. 61-83, in : M. Ferguson, ed., *Public Communication. The New Imperatives. Future Directions for Media Research*, London, Sage. Traduction française : « Repenser la sociologie du journalisme », *Réseaux*, 1992, 51, pp. 75-98.

Schlesinger Ph., Tumber H., 1994, *Reporting Crime. The Media Politics of Criminal Justice*, New York, Oxford University Press.

Schoch L., 2008, « Presse écrite quotidienne sportive : des femmes journalistes dans un monde d'hommes », Colloque international *Genre, journalisme et presse écrite*, IEP de Rennes, 15-16 mai.

Schudson M., 1989, « The sociology of news production », *Media, Culture and Society*, 11, pp. 263-282.

— 1996, « The sociology of news production revisited », pp. 141-159, in : J. Curran, M. Gurevitch, *Mass media and Society*, London, Arnold.

Tremblay G., dir., 1990, *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Sillery, Presses de l'université du Québec.

Tunstall J., 1971, *Journalists at Work. Specialist Correspondents : Their News Organisation, News Sources and Competitor-Colleague*, London, Constable.

Sonnac N., 2001, « L'économie des magazines », *Réseaux*, 105, pp. 79-100.

Van Zoonen L., 1994, *Feminist media studies*, London, Sage.

— 1998, « One of the Girls ? Or the Changing Gender of Journalism », pp. 33-46, in : Carter C., Branston G., Stuart A., eds, 1998, *News, gender and power*, London, Routledge.